

新規参入農業従事者が農業経営を出来るのか

—後方支援をすることにより農業継続の仕組みをつくる—

氏 名 古谷 聡隆

指導教員 松田 憲

要旨

なぜ若者は農業をしないのか、農業にどのような問題があるのか、今後私たちは食事をしていくことが出来るのだろうか。ここで言う問題とは、農業をしても多くの収入を得られない現実と農業従事者数が減少をしている事を言う。先行研究では、多くの農業従事者の収入が少ない、かつ高齢で廃業する人達が多くなっている。

そこで、農業従事者のこれらの売り上げを倍増することが、彼らのモチベーションを上げる良い効果であると考えて、売上の倍増を実現させるような仕組みを構築して農業の支援を行うことをビジネス化して、農業従事者を増やしていく活動をする。

本調査は、農林水産省統計部による「有機食品等の消費状況に関する意向調査」からSTP分析でターゲットを明確にして、当社が市場のどの部分にあるのかポジショニングマップで分析する。その後明確になったターゲットのカスタマージャーニーマップの手法を使い「認知」から「行動」までのストーリーを分析する。そして、当社と競合他社の比較をして強みと弱みを明確にする。

その結果、ターゲットとなる30～39歳までの山口県および福岡県在住家族のいる人となり、カスタマージャーニーマップでリピーターまでのシミュレーションが出来た。

地元の有機食材屋として、競合他社とは違うビジネスを展開する。競合他社は全て大手であり、資本では当面勝てないが、食材の品質と環境を強みとして、消費者に安心できる食材の提供と地球に優しく持続可能な農業をしていることをPRして、消費者を獲得する。

今後の課題として、食材の売れ残りを加工するにあたりどのようにするのか。硝酸態窒素の含有量を下げる農法の伝承方法の確立をする。資金の問題で創業時には新規農業支援が出来ないため、当社の売上および知名度を上げて早期に支援出来るようにする。

そして、自社でネット販売を単独で作り上げて、唯一無二の地位を確立する。

最終的には、全農業従事者が「農業はカッコよくて儲かる」という意識を持てるようにし、全世代的に農業をあこがれの職業にすることを目標としたい。